

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN METODE PENELITIAN. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Amri, W. A. (2020). Kpop Fans Fanatism In Social Media Instagram. *International Journal of Cultural and Social Science*, 1(1), 25–34.
- Ananda, M. R. (2021). PEMANFAATAN MEDIA BARU UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI PEMBELAJARAN DALAM MASA WABAH COVID 19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7(1), 577–581. <https://doi.org/10.52434/jk.v7i1.1019>
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31332/am.v8i2.744>
- Ayuningtyas, F. (2019). SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES The Power of Word of Mouth to Establish Brand Positioning (A Case Study of the House of Raminten as a Modern Style of Angkringan Traditional in Yogyakarta, Indonesia). *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 27(2), 1325–1337.
- Azizah, E., & Baharuddin, F. (2021). HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA REMAJA. *Humanistik '45*, 9(1).
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Bell, D. (2001). *An Introduction to Cybercultures*. Routledge.
- Bennett, L. (2014). Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. *The Journal of Fandom Studies*, 2(1), 5–20. [https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5\\_1](https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5_1)
- Bestari, N. P. (2022, November 7). *Layanan Streaming Andalag Fans K-Pop Tutup, Ini Penggantinya*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221107183703-37-385836/layanan-streaming-andalan-fans-k-pop-tutup-ini-penggantinya>
- Bugiardo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Elex Media Komputindo.
- Choi, H. J. (2022, September). “팬 커뮤니티-커머스 활동을 한곳에서” K팝 팬들의 불편 경험 차단한 ‘방탄 플랫폼.’ DBR. [https://dbr.donga.com/article/view/1202/article\\_no/10569](https://dbr.donga.com/article/view/1202/article_no/10569)
- Choi, S. E. (2023, April 25). 카카오의 SM 인수, 팬덤 앱에 어떤 영향을 미칠까? MAD Times. <https://www.madtimes.org/news/articleView.html?idxno=17448>
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). SAGE Publication .
- Dihni, V. A. (2022, Mei 9). *Warga RI Main Medsos 3 Jam per Hari, Ini Peringkat Globalnya*. Katadata Media Network.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat-globalnya#:~:text=Indonesia%20menempati%20posisi%20ke%2D10,3%2C%20jam%20per%20hari.>

- Fathadhika, S., & Afriani, -. (2018). SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIATOR ANTARA FEAR OF MISSING OUT DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>
- Fauziah, R. (2015). Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followes Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624. *Ilmu Komunikasi*.  
<https://www.jurnalkommas.com/docs/Rizka%20Fauziah%20D1212062-%20JURNAL-%20FANDOM%20KPOP%20IDOL%20dan%20MEDIA%20SOSIAL.pdf>
- Fitriansyah. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Hadi, Abd., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif: Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Pena Persada.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of communication*, 6(61), 1104–1121.
- Hine, C. (2000). Virtual Ethnography. Dalam *Centre for Research into Innovation, Culture and Technology Brunel University* (1 ed.). SAGE Publications.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday* (1 ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Indriani, N., & Kusuma, S. R. (2022). *Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Penggunaan Weverse Oleh Army)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/100070>
- Jones, S. (2003). *Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology*. SAGE Publications.
- Karina, M. (2021, Agustus 21). *11 Idol Grup Korea non- HYBE label Bergabung di Weverse, Ada BLACKPINK!* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/meliantha-karina-darmawan/11-idol-grup-korea-non-hybe-label-clc2?page=all>
- Khairil, M., Yusaputra, M. I., & . N. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial di Kota Palu. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.484>
- Khelsea, Y. O., Tranggono, D., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 264–289. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.264-289>

- Koeswinarno. (2015). MEMAHAMI ETNOGRAFI ALA SPRADLEY. *Jurnal SMaRT*, 1(2), 257–265. <https://doi.org/10.18784/smart.v1i2.256>
- Kusuma, A., Putri Purbantina, A., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238–251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Lanier, C. D., & Fowler, A. R. (2013). Digital Fandom: Mediation, Remediation, and Demediation of fan practices. Dalam R. W. Belk & R. Llamas (Ed.), *The Routledge Companion to Digital Consumption* (hlm. 284–295). Routledge.
- Lee, M. W. (2021, Agustus 7). 위버스 확장하는 하이브, 하반기에 더 달린다. Asia Economy. [http://www.asiae.co.kr/realtime/sokbo\\_view.htm?idxno=2021080712175260197](http://www.asiae.co.kr/realtime/sokbo_view.htm?idxno=2021080712175260197)
- Lee, P. (2022, Juli 18). *The New V-Live integrated “Weverse” is now live*. pickcool. <https://pickcool.net/the-new-v-live-integrated-weverse-is-now-live/>
- Littlejohn, S. W. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory* (S. W. Littlejohn & K. A. Foss, Ed.). SAGE Publications.
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI REMAJA PENGGEMAR KPOP. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(1), 65–83. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.14737>
- MarketingClouds. (2023, April 25). *Laporan Analisis Pasar Aplikasi Platform Fandom/Media*. IGA Works. [https://mktcloud.igaworks.com/report/mkt/273?svc=mkt&abx\\_tid=1682490885738%3Aec846bd2-f335-4d2f-bf2d-80d62c3e2768](https://mktcloud.igaworks.com/report/mkt/273?svc=mkt&abx_tid=1682490885738%3Aec846bd2-f335-4d2f-bf2d-80d62c3e2768)
- McQuail, D. (2010). *McQuail’s Mass Communication Theory* (6 ed.). SAGE Publications.
- Muqsith, M. A. (2021). Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital. *ADALAH*, 5(2), 33–40. <https://doi.org/10.15408/adalah.v5i2.17932>
- Muqsith, M. A. (2022). Apakah Teknologi Media Baru Netral? *ADALAH*, 6(3), 1–10.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh)* (1 ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media .
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi Di Internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurmandia, H., Wigati, D., & Masluchah, L. (2013). Hubungan Antara Kemampuan Sosialisasi Dengan Kecanduan Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(2), 107–119.
- Pearson, J. C., Nelson, P. E., Titsworth, S., & Harter, L. (2006). *Human Communication* (4 ed.). The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Pililiang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan sosial . *Jurnal Sosioteknologi*, 11(12), 143–156.
- Prasetyo, H. (2010). Cyber Community, Cyber Cultures: Arsitektur Sosial Baru Masyarakat Modern. *Jurnal ULTIMA Comm*, 2(2), 29–38. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v2i2.190>

- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148.
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020a). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020b). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter) . *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1). <https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.34>
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>
- Santoso, R. V. (2021). Efektivitas Peran Media Aplikasi Digital Weverse Boyband Bangtan Sonyeondan (BTS) Terhadap Literasi Digital Pada Sistem Sosial Para ARMY (penggemar). *Skripsi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/2045>
- Sari, D. (2021). *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave Di Indonesia*. Deebpublish Publisher.
- Sari, R. P. (2021a, Januari 27). *Jalin Kerja Sama, Big Hit Entertainment Investasikan Rp 890 Miliar untuk YG PLUS*. KOMPAS.com.
- Sari, R. P. (2021b, Januari 27). *Naver Resmi Investasikan Rp 4,5 Triliun ke Anak Perusahaan Big Hit Entertainment*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/01/27/191824766/naver-resmi-investasikan-rp-45-triliun-ke-anak-perusahaan-big-hit>
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Savitri, A. (2020). Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi Content Analysis Penggemar K-POP Pada Komunitas Once Kalimantan Selatan) [Universitas Islam Kalimantan]. Dalam *Doctoral Dissertation*. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/2421>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal EMPATI*, 8(1), 136–143. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.23587>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1 ed., Vol. 1). Alfabeta.
- Tionardus, M. (2022). *Bedanya Konser, Fan Meeting, Fan Sign, dan Showcase dalam Kpop*. KOMPAS.com. <https://entertainment.kompas.com/read/2022/09/12/170048866/bedanya-konser-fan-meeting-fan-sign-dan-showcase-dalam-kpop?page=all>

- Tofani, A. Z. (2023). Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat). *KONASPOL*, 1, 349–357.
- Triadanti. (2019, Februari 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Ulfa, M. (2019, Januari 20). *Episode Terakhir YG Treasure Box Raih 1,72 Juta Penonton*. tirta.id.
- Wibaningrum, G., & Aurelly, C. D. (2020). Fear of Missing Out Scale Indonesian Version: An Internal Structure Analysis. *JP3I (Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia)*, 9(2), 75–82. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.XXXXXX>
- Yulistiana, F. (2014). *Budaya Fangirling Boyband Korea di Media Sosial Twitter: Studi Etnografi Virtual pada Cyberfandom Boyband EXO di Media Sosial Twitter* [Sarjana thesis, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/120872>